QUATRE ORIENTATIONS POUR REUSSIR,
33 ACTIONS POUR LA GIRONDE

Orientation 1 : Positionner la Gironde sur le marché du tourisme par la promotion et la commercialisation

Axe 1.1 : La création d'une destination « Gironde »

Le contexte :

La Gironde bénéficie d'une fréquentation touristique importante, c'est incontestablement un département touristique. Cette fréquentation s'appuie essentiellement sur la notoriété de ses sites tels que Bordeaux, Saint-Émilion, Arcachon… qui ne sont pas, pour les touristes, associés à la Gironde.
La Gironde n'est pas une destination touristique à part entière, elle n'est pas identifiée comme un lieu de vacances, elle a un déficit d'image.

Les enjeux :

Dans ce secteur fortement concurrentiel, l'image d'une destination permet aux territoires de se positionner. Il est donc nécessaire de faire de la Gironde, une destination touristique, en associant les sites phares du département à la « Gironde » et en valorisant nos atouts.

Les actions envisagées :

- Lancement d'une étude sur l'image et le positionnement marketing de la Gironde (fiche action 1.1.1) :

Cette étude est un préalable au lancement d'un plan de communication afin de déterminer nos axes stratégiques, nos clientèles et les supports à privilégier.
La Gironde a des sites touristiques, des images qui lui sont associées… mais il est nécessaire d'avoir une vision extérieure de l'image perçue et également du positionnement qu'il serait souhaitable d'adopter sur le marché touristique pour permettre à la Gironde d'accroître son attractivité.

- Lancement d'un plan de communication de notoriété (fiche action 1.1.2) :

Suite au rendu de l'étude sur l'image et le positionnement marketing, une agence de communication sera recrutée afin d'élaborer un plan de communication : une stratégie de communication, un plan d'actions : cibles / supports, un calendrier de réalisation et des éléments visuels et créatifs.
La mise en œuvre de ce plan de communication sera effectuée en maîtrise d'ouvrage départementale.

- Elaboration d'un plan marketing par le Comité Départemental du Tourisme (fiche action 1.1.3) :

Le plan marketing fixe les grandes lignes d'actions de production, de promotion et de distribution sur la durée du schéma :

- les marchés à travailler
- les cibles de clientèle à prioriser
- les supports de communication et de promotion à privilégier : salons, actions presse, marketing direct…

Le plan marketing devra prendre en compte les orientations du plan marketing du CRT Aquitaine et sera élaboré en concertation avec les offices de tourisme afin qu'ils s'inscrivent dans une stratégie partagée.

Axe 1.2 : Clarification du rôle des acteurs en matière de communication

Le contexte :

Un grand nombre d'acteurs et de territoires communiquent en Gironde, de façon disparate.
Cette communication peut créer une confusion pour les touristes mais surtout, cela contribue au déficit d'image du département.
De plus, le Département communique sur deux visuels, un visuel touristique utilisé par le CDT et un visuel institutionnel.

Les enjeux :

- Accroître la lisibilité du département et l'efficacité de la communication
- Créer une adhésion des acteurs et territoires à une communication « Gironde »

Les actions envisagées :

- Mettre en cohérence les plans de communication du CG et du CDT (fiche action 1.2.1)

Le CDT et le CG doivent communiquer sur le même visuel, la même image dans les mêmes objectifs afin d'accroître l'impact des actions de communication et de promotion.

- Mise en œuvre d'un manuel d'utilisation de la communication « Gironde » (fiche action 1.2.2)

Il est nécessaire d'expliquer le pourquoi de cette nouvelle communication, travailler sur des produits dérivés…afin de favoriser l'adhésion des acteurs du tourisme et des territoires.

Axe 1.3 : Développer l'e-tourisme

Le contexte :

En quelques années, Internet est devenu un outil incontournable dans le tourisme. Chaque trimestre, 20 millions de français utilisent Internet pour se renseigner et préparer un déplacement et un séjour. D'ici 2 à 3 ans, les trois quarts des réservations seront effectués ainsi.
Actuellement en Gironde, la plupart des territoires et prestataires ont un site Internet mais peu d'entre eux proposent une réservation en ligne, une vision des disponibilités et surtout une vente de leurs prestations en ligne.

Les enjeux :

La Gironde se doit de mettre en place un outil Internet de qualité à la hauteur des ambitions de ce schéma.
Si nous souhaitons, gagner des parts de marchés et être visible, nous devons proposer l'ensemble de notre offre sur Internet pour plus de lisibilité et répondre à la demande de la clientèle.

Les actions envisagées :

- Refonte et modernisation du site Internet touristique avec la mise en place d'une plate-forme de réservation en ligne (fiche action 1.3.1.)

Le site Internet tourisme du département doit évoluer, il se doit d'être esthétique pour être déclencheur de séjours, moderne et adaptable à l'évolution constante des technologies.
De plus, cet outil devra permettre de vendre en ligne l'ensemble de l'offre touristique : hébergements, prestations d'activité, produits agroalimentaires ou d'artisanat, billetterie… Les prestataires touristiques (offices de tourisme, agences réceptives, prestataires isolés…) pourront intégrer, gérer sans contraintes de quantité et vendre leur offre en temps réel par Internet.

- Référencement thématique (fiche action 1.3.2)

Ce site Internet devra faire l'objet d'une communication spécifique lors de sa mise en ligne et d'un important travail de référencement thématique afin de le positionner sur les premières pages des moteurs de recherche selon des mots clés définis, en cohérence avec la stratégie marketing.

Axe 1.4 : Renforcer l'identité girondine et la connaissance du territoire par les prescripteurs

Le contexte :

Les touristes recherchent de plus en plus de contacts, de relations humaines avec la population locale. Les girondins sont ainsi les premiers prescripteurs du tourisme local.

Les enjeux :

Faire connaître aux girondins, et en particulier aux professionnels du tourisme, la richesse de leur département, afin de répondre aux exigences d'accueil des clientèles mais également de favoriser grâce à un effet « réseau » les déplacements des touristes à l'intérieur du département.

Les actions envisagées :

- Soutenir et impulser des actions à destination des personnels des OTSI, des prestataires et girondins pour leur faire découvrir et s'approprier le patrimoine du département (fiche action 1.4.1.)

Cette action sera travaillée en partenariat avec l'Union Départementale des Offices de tourisme et les chambres consulaires.

- Consacrer dans le site Internet du CDT, un espace professionnel permettant de communiquer sur les évènements et animations en cours, les projets, les nouveaux produits y compris les actions du Conseil Général …(fiche action 1.4.2)

Orientation 2 : Améliorer l'animation et l'organisation touristique

Axe 2.1. : L'organisation institutionnelle

Le contexte :

L'organisation territoriale du tourisme est complexe, en raison du caractère transversal de ce secteur mais également de la multitude d'acteurs intervenants, ce qui nuit à la lisibilité des missions et compétences de chacun.

Les enjeux :

Par le biais de conventionnements, préciser les missions de chacun, se coordonner afin d'accroître la cohérence, la lisibilité et l'efficacité de nos actions et de celles de nos partenaires.

Les actions envisagées :

- Réorganisation des services du CDT et du CG pour une meilleure coordination et une lisibilité des actions (fiche action 2.1.1.)

L'efficacité de nos actions repose sur l'optimisation de la coordination interne entre les services du Conseil Général et du CDT par la mise en œuvre d'une convention pluriannuelle avec le CDT sur la durée du schéma autour de missions répondant aux objectifs de ce schéma : mise en produits et mise en marché de la destination Gironde, promotion touristique du Département, observation et démarche qualité, accueil et information du grand public.

- Mise en œuvre d'un dispositif de conventionnement entre le Conseil Régional et le Conseil Général (fiche action 2.1.2.)

Pour plus de cohérence des politiques publiques en faveur du tourisme, un dispositif de conventionnement entre le Conseil Régional et le Conseil Général est proposé.
Les actions prévues dans le cadre de cette convention visent spécifiquement 5 domaines :
- l'organisation touristique et territoriale
- le développement de l'e-tourisme
- les dispositifs financiers d'aide aux entreprises touristiques
- le renforcement de l'attractivité des territoires
- la promotion du tourisme solidaire

Cette convention sera doublée par un conventionnement CRT / CDT pour une mise en cohérence des actions de promotion.

- Mise en œuvre d'un dispositif de conventionnement entre le Département et les territoires pour organiser et structurer les territoires girondins
  (fiche action 2.1.3)

Le Département pourrait co-financer un poste de professionnel du tourisme dont l'employeur serait un territoire organisé (office de pôle, pays d'accueil touristique ou en regroupement d'offices de tourisme). Cet agent sera chargé de sensibiliser les

élus et les offices de tourisme à la nécessité d'améliorer l'organisation et la coordination des actions des offices et plus largement des actions d'animation du territoire. Il contribuera à la définition du projet touristique du territoire en adéquation avec le schéma départemental. Il sera l'interlocuteur du Département et fera l'interface avec les porteurs de projets afin de proposer des actions en cohérence avec le projet de territoire et les actions du Département. La convention précisera la manière dont il assurera ces missions au regard de la situation de chacun des territoires concernés.
Ce dispositif pourra associer le Conseil Régional.

Axe 2.2. L'animation et l'organisation touristique des territoires

Le contexte :

Les territoires girondins manquent d'animation, l'offre touristique est peu structurée, elle est diffuse, ce qui nuit à leur attractivité.

Les enjeux :

- Animer les territoires girondins
- Structurer l'offre
- Encourager les démarches collectives et mutualisées des professionnels pour plus de lisibilité et de visibilité dans les actions de promotion

Les actions envisagées :

- Aide aux structures participant aux démarches d'organisation et d'animation touristique comme l'UDOTSI, Bienvenue à la ferme …dans le cadre d'un nouveau dispositif conventionnel (fiche action 2.2.1.)

L'accompagnement des structures participant à l'organisation et à l'animation touristique dans le cadre d'un nouveau dispositif conventionnel pluriannuel est proposé afin d'inscrire leurs actions dans la durée en cohérence avec le schéma départemental et le plan marketing.

- Mise en œuvre d'un dispositif de financement des évènements favorisant la transversalité : culture, sport, agriculture… et vecteur d'image pour le Département tels que les marchés de producteurs (fiche action 2.2.2.)

Il existe actuellement sur le département toute une série d'évènements intéressant des thématiques très diverses, dont l'impact sur l'attractivité touristique des territoires girondins est notoire. Cette dynamique doit être soutenue, ce d'autant que le Conseil Général peut aussi en être l'initiateur à travers les politiques d'animation de ses sites par appel à projets.

Orientation 3 : Mettre en cohérence les projets et la complémentarité des offres touristiques sur un territoire dans une stratégie d'adaptation, d'innovation et d'accessibilité pour tout public.

Axe 3.1. Une offre adaptée et cohérente

Le contexte :

Le bilan du précédent schéma a souligné que la politique d'intervention actuelle du département sur les équipements touristiques pouvait parfois apparaître comme une politique de « guichet » plutôt que de projet.

Les enjeux :

L'offre touristique doit être adaptée aux attentes de la clientèle et être en cohérence avec le projet touristique des territoires.

Les actions envisagées :

- Aide aux équipements touristiques dans le cadre du partenariat Conseil Régional / Conseil Général et du dispositif conventionnel entre le Conseil Général et les territoires (fiche 3.1.1)

Actuellement, nous avons de nombreux critères d'intervention en équipements touristiques ; le schéma est l'occasion de simplifier et de rationaliser nos dispositifs d'intervention financière autour de trois exigences :
- cibler nos interventions sur des projets structurants qui doivent être intégrés au projet touristique du territoire
- veiller à ce que ce projet soit porté ou validé par une intercommunalité
- imposer que tout projet de création d'équipement neuf soit labellisé « tourisme et handicap »

De plus, des bonifications pourront être apportées pour favoriser l'accessibilité et la labellisation, pour l'amélioration de la qualité paysagère dans le cas du recours à un architecte paysager et pour l'aménagement d'un local spécifique à la randonnée.

- Adapter les équipements départementaux à la demande : les chemins de randonnée, les domaines départementaux et les pistes cyclables dans une optique « produit touristique » (fiche action 3.1.2.)

Les aménagements sur les équipements départementaux devront également prendre en compte la dimension « produit touristique », à commencer par le projet de restructuration du Domaine Départemental de Blasimon, qui devra être un projet exemplaire : écotouristique, accessible physiquement et socialement…
En matière d'itinérance, il s'agira, maintenant que le département est très largement couvert par le Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée et dispose d'un réseau de voies cyclables de 600 km dont 300 en site propre, d'envisager une politique plus soutenue de mise en tourisme.
Il convient de sélectionner les itinéraires en fonction de thématiques déterminées avec les territoires, et de leurs qualités naturelles, culturelles,

environnementales,…l'objectif étant de créer des produits touristiques adaptés aux souhaits de la clientèle, novateurs et évolutifs.

Axe 3.2. Favoriser l'accessibilité globale des « destinations »

Le contexte :

Actuellement 35 % de la population en France ne part pas en vacances, du fait de difficultés physiques de déplacement ou financières.

Les enjeux :

Le Département se doit d'exercer pleinement ses missions de solidarité, aussi bien sur le plan technique en favorisant l'accessibilité physique de l'offre touristique que sur le plan social.

Les actions envisagées :

- Lancement d'un appel à projets pour l'aménagement de destinations 100 % accessibles aux personnes handicapées dans la perspective d'une labellisation « Tourisme et handicap » (fiche action 3.2.1)

Le label tourisme et handicap est un outil intéressant qui a permis de rendre accessible pour les personnes handicapées certaines prestations touristiques, mais uniquement dans une démarche « produit ».
Le lancement d'un appel à projets « destination 100 % accessible » permet de soutenir sur un même territoire, l'aménagement d'un ensemble de prestations (équipements touristiques, sites naturels, hébergements, restauration…) permettant l'accès aux personnes handicapées.

- Requalification des hébergements à vocation sociale (fiche action 3.2.2.)

Les structures du tourisme social sont des équipements agréés « tourisme social », elles sont administrées par des bénévoles, elles ont un objet social, la gestion est désintéressée.
Ce sont des unités importantes qui ont un impact économique sur le territoire en terme d'emplois et de retombées, un impact social en favorisant la mixité sociale et un impact urbanistique. Or, avec le désengagement de l'Etat, ces structures connaissent de graves difficultés financières, ne permettant pas la remise aux normes et la modernisation nécessaires pour répondre aux exigences de la clientèle.

L'Union Nationale des Associations de Tourisme Aquitaine a effectué un diagnostic des besoins en modernisation des structures girondines. Quatre établissements envisagent des projets de modernisation sur la période 2008-2013 que le Conseil Général se propose de co-financer avec le Conseil Régional.

- Favoriser l'accessibilité et les déplacements sur les destinations touristiques girondines (fiche action 3.2.3.)

Notamment entre l'aéroport et les destinations touristiques girondines avec le lancement d'une étude d'usage en partenariat avec l'aéroport de Bordeaux afin de desservir au départ de l'aéroport d'autres destinations que Bordeaux et encourager ainsi l'étalement de la fréquentation touristique dans l'espace.
Et par le développement de l'intermodalité qui sera un axe fort de nos politiques d'itinérance afin de favoriser l'accessibilité géographique des destinations touristiques.

Axe 3.3. Impulser et soutenir une offre innovante

Le contexte :

La demande touristique évolue rapidement, les clientèles touristiques sont de plus en plus exigeantes et la concurrence entre les destinations touristiques est féroce.
Les réunions de concertation thématiques ont témoigné d'un manque de connaissances de la demande touristique dans certaines thématiques, qui sont pourtant porteuses pour la Gironde.

Les enjeux :

Travailler sur l'attractivité de l'offre de manière prospective pour répondre aux attentes des clientèles d'aujourd'hui et de demain.

Les actions envisagées :

- Lancement d'études marketing sur les thématiques : loisirs actifs, écotourisme, tourisme patrimonial et oenotourisme, (fiche action 3.3.1.)

Thématiques porteuses pour l'attractivité de la Gironde qui nécessitent une meilleure appréhension de la demande.

- Lancement d'appel à projets pour initier et soutenir des projets de territoire innovants (fiche action 3.3.2.)

Au regard des études sur la demande touristique :
- lancement d'un appel à projets en écotourisme
- lancement d'un appel à projets en tourisme patrimonial

- Mise en œuvre d'une commission d'appui et de conseil aux porteurs de projets en « agritourisme » (fiche action 3.3.3.)

La réunion thématique « agritourisme » a souligné la difficulté pour les agriculteurs de développer une activité touristique. Cette activité nouvelle nécessite un accompagnement et une vigilance, afin de ne pas mettre en danger des exploitations agricoles qui sont sur des équilibres financiers fragiles.

Orientation 4 : Instaurer une démarche qualité pour garantir une offre de qualité

Axe 4.1. Soutenir les démarches qualité

Le contexte :

Dans ce secteur fortement concurrentiel, la qualité est un élément de différenciation et de positionnement de l'offre touristique.
Le Comité Interministériel a lancé, en 2003, le Plan Qualité Tourisme afin d'améliorer la lisibilité de l'offre touristique de qualité en France.

Les enjeux :

La Gironde doit améliorer la qualité de l'offre touristique girondine pour plus de compétitivité, professionnaliser l'accueil touristique et se positionner comme un département d'excellence.

Les actions envisagées :

- Soutien des démarches collectives de qualification, de professionnalisation et de labellisation notamment dans le cadre du Plan Qualité France
  (fiche action 4.1.1.)

Participation au financement avec le Conseil Régional d'un accompagnement collectif des entreprises par un cabinet extérieur.

- Soutien à la certification des offices de tourisme (fiche action 4.1.2.)

L'UDOTSI anime depuis 2002, une démarche qualité collective pour les offices de tourisme girondin, grâce au soutien du Département. Cette démarche qualité collective a évolué du référentiel Afnor au référentiel de la marque « Qualité Tourisme » initiée par le ministère du tourisme en 2003.
A ce jour, 26 offices de tourisme et syndicats d'initiative participent à la démarche en Gironde, soit 51 % du réseau. Cependant ces structures peinent à parvenir jusqu'à la certification pour des raisons de moyens humains et financiers. Aujourd'hui, 10 d'entre elles sont prêtes à la certification finale sous réserve qu'elles assurent la rédaction des manuels qualité nécessaires.
Pour faciliter l'accompagnement jusqu'à la certification, l'UDOTSI envisage d'établir des conventions avec les universités pour que des étudiants de Master travaillent au sein des structures. Le Département pourrait prendre en charge la rémunération de ces stagiaires longue durée, afin que la Gironde devienne le premier département en nombre d'offices de tourisme certifiés et être en capacité de communiquer sur notre « qualité d'accueil ».

- Formation aux démarches environnementales, des techniciens accompagnant les porteurs de projets touristiques (fiche action 4.1.3.)

La clientèle touristique, notamment la clientèle étrangère, est de plus en plus sensible aux actions en faveur de l'environnement et privilégie certains hébergements et équipements touristiques pour leurs efforts en la matière.
Or actuellement, les techniciens accompagnant les porteurs de projets touristiques ne sont pas formés pour conseiller et apprécier ce type de projets, c'est pourquoi nous envisageons de mettre en place les formations nécessaires.

Axe 4.2. Politique d'intervention en direction des hébergements

Le contexte :

Afin de simplifier les procédures des porteurs de projets, il conviendra de passer une convention avec le Conseil Régional qui précisera les interventions publiques en la matière dans le cadre des règles fixées par le nouveau régime communautaire pour les entreprises soumises au cumul des aides publiques

Les enjeux :

Améliorer l'offre touristique d'hébergements de manière qualitative et quantitative en répondant aux attentes de la clientèle.
Améliorer la lisibilité des interventions publiques pour les porteurs de projets.

Les actions envisagées :

- Aide à la création / modernisation d'hébergements ruraux (fiche action 4.2.1.)

Intervention traditionnelle du Département sur les gîtes et les chambres d'hôtes, afin de favoriser le maintien et la création d'hébergements de qualité en milieu rural adaptés aux attentes de la clientèle, mais également d'encourager à la diversification des activités agricoles.
Et extension nouvelle de notre aide à la création d'hébergements écotouristiques neufs, créée pour initier des projets d'hébergements écotouristiques, qui répondent à une réelle demande et qui sont en cohérence avec le cadre environnemental de la Gironde.

- Aide à la création / modernisation de gîtes de groupe (fiche action 4.2.2.)

Les gîtes de groupe répondent à une demande de la clientèle, notamment en milieu rural. Cette intervention regroupe, par souci de simplification, deux interventions traditionnelles du Département : les gîtes de séjours et les gîtes d'itinérance.

- Aide à la modernisation / création d'hôtels (fiche action 4.2.3.)

Intervention également traditionnelle du Département pour favoriser le maintien et la création d'établissements hôteliers en milieu rural, qui rencontrent certaines difficultés pour maintenir leur activité.

- Aide à la modernisation / création en hôtellerie de plein air (fiche action 4.2.4.)

Intervention traditionnelle du Département pour favoriser le maintien et la création d'établissements d'hôtellerie de plein air en milieu rural.

- Bonifications pour amélioration de la qualité des projets (fiche action 4.2.5.)

Bonification pour amélioration de la qualité paysagère pour les équipements et les hébergements touristiques pour encourager la prise en compte dans les projets touristiques du paysage, qui est un atout pour le département à valoriser.

Bonification pour amélioration de l'accessibilité des hébergements touristiques, conditionnée à l'obtention du label « tourisme et handicap ».

Bonification pour l'aménagement d'un local spécifique à la randonnée dans les hébergements touristiques pour améliorer l'accueil des randonneurs, dans une optique « produits itinérance »

UN SCHEMA CITOYEN ET NOVATEUR

Le Contexte :

Le schéma d'aménagement et de développement touristique exprime la volonté d'associer tous les acteurs du tourisme à la construction, l'évolution et l'évaluation du développement touristique girondin.

Les enjeux :

- Anticiper les évolutions du secteur et s'adapter
- Évaluer par une démarche collective et participative
- Animer et mobiliser les acteurs du tourisme

Propositions :

- Mise en œuvre d'un comité consultatif du tourisme girondin (fiche action 5.1)

Cette instance consultative « le comité consultatif du tourisme girondin » réunira tous les partenaires du tourisme (Institutions, structures représentatives, les territoires…) au moins chaque année, afin d'assurer le suivi, l'évaluation et l'adaptation de la mise en œuvre du schéma.

- Constitution d’un club prospective, recherche et innovation en partenariat avec l’université (fiche action 5.2)

Mise en œuvre d’une vraie dynamique de recherche, d’innovation et développement en partenariat avec l’université par la constitution d’un groupe de travail bimestriel, qui sera un lieu d’échanges des bonnes pratiques, de veille, de créativité… et sera animé par l’envoi d’une newsletter.

- Organisation de groupes de suivi thématiques et territoriaux (fiche action 5.3)

Des groupes de travail thématiques bimestriels seront également animés conjointement par le Conseil Général et le CDT, dont un comité de pilotage d’un Agenda 21 du tourisme girondin.

CONCLUSION

Ce schéma est un engagement, ce schéma est une ambition, mais ce schéma est aussi et surtout une démarche de mobilisation. Rien ne peut se faire sans ceux qui, au quotidien, sur le terrain, animent, organisent, investissent dans le développement du tourisme girondin.

Ce schéma leur garantit l'appui du Conseil Général dans leurs efforts, leur propose des outils, des temps et des lieux de partage et de concertation. Il offre une meilleure lisibilité de l'action publique, tournée vers l'efficacité et la solidarité.

Il n'est cependant en lui-même qu'un cadre dont l'opérationnalité dépend de l'adhésion de tous les partenaires, publics, associatifs et privés.

Par ce nouveau schéma d'aménagement et de développement touristique, le Conseil Général de la Gironde se dote des moyens nécessaires à son ambition. Il propose à tous les acteurs de s'y associer afin de l'enrichir et de l'amplifier pour faire gagner la Gironde et les Girondins.